



المملكة العربية السعودية
جامعة الملك عبد العزيز
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
قسم الإعلام - العلاقات العامة

(ملخص الهنا)

لمادة التقنية في العلاقات العامة

COM371

الدكتور / أحمد الغامدي

الفصل الدراسي الثاني

لعام ١٤٣٥هـ

أخوكم / أبوالهنا

* Abu ALHANA *

2014

الفصل الأول : العلاقات العامة عبر الانترنت

☑ تندرج مهام العلاقات العامة من الإدارة الإستراتيجية لقواعد وأخلاقيات الشركة إلى أبسط المهام مثل تسليم إحدى الصور في التنسيق المناسب عبر البريد الإلكتروني إلى أحد الصحفيين على كل المستويين الاستراتيجي والتنفيذي تلعب العلاقات العامة في الشركة نفس الادوار .

☑ ويمكن أن تؤثر الصور وآثارها المرتبطة والتي امتدت خارج نطاق سيطرة مسؤول العلاقات العامة على الاشخاص بحيث يتكون لديهم علاقة محتملة نشطة بالشركة ، وهذا يعني ان رجل العلاقات العامة يحتاج الى فهم العواقب الفعلية والمحتملة وطبيعة التفاعل الذي ينشأ عن مثل هذه العلاقات البعيدة.

☑ وتنقسم عملية إدارة وتعزيز العلاقات العامة عبر الإنترنت إلى أربعة أجزاء هي :

١. **ثراء المحتوى :** يقدر جمهور الإنترنت المحتوى الثري للغاية ويحتاج موقع الويب البسيط الى عرض بعض المعلومات القليلة للغاية وليس من المحتم أن يشتمل على العديد من الرسومات والدرشة ومئات الروابط والاتصال النشط ، فالأساس في الوجود على شبكة الويب هي جودة المعلومات المقدمة ، والجهد المبذول ليتمكن الزائر من الوصول إلى الموقع وتصفح ببساطة والوثوق في المعلومات بالإضافة الى إمكانية الوصول الى الموقع وتصفحه بمنتهى البساطة ، ويحتاج مسئول العلاقات إلى معرفة الأشخاص والمواقع الموجودة على الشبكة الذين يؤثرون على المستخدمين ، وتحتاج الاشكال الأخرى لثراء الموقع مثل المحتوى الذي يذهب الى لوحة الاعلانات وقوائم المناقشة وحتى البريد الإلكتروني الى عناية وعناصر جذب اساسية مماثلة .

٢. **الوصول إلى الموقع :** ان الانترنت هي وسيلة يسعى الناس من خلالها الى الوصول الى المعلومات والإثارة والمتعة وليس رغم عنهم ، أما كل الأنشطة والدعاية الأخرى فهي أمور مزعجة يعتقد البعض بأن الرواج الاقتصادي الجديد هو جذب مستخدمي الانترنت بينما يرى البعض أن تصفح الانترنت من أجل الآخرين لتوفير المعلومات وكل ما يحتاجون إليه أكثر جدوى وأن الثروة الآن تقاس بكم المعرفة ، ويمكن للقائم على العلاقات العامة أن يساعد في عملية جذب متصفح الشبكة وتوفير بعض المميزات للمستخدم من خلال منافع متبادلة عبر الانترنت ، و لزيارة احد المواقع على الانترنت يذهب المستخدم الى مواقع يعرفها جيداً أو يستخدم إحدى آليات البحث ، بالإضافة الى ذلك يقوم باستخدام المعلومات ووجهات النظر الخاصة بمستخدمي الانترنت الآخرين ، كما انه يستخدم نصوص الإحالة من موقع الى آخر ، و لضمان أن المحتوى الثري معروف في بيئة الشبكة يعني زيارة المزيد من الاشخاص للموقع والتعامل مع المنظمة التي تعمل بها والتفاعل مع بعض الأنشطة الأخرى التي لا تجري على الشبكة وفهم المنظمة بشكل أفضل .

٣. **الجمهور :** في الماضي توجه المعلومات للجميع ويعد توفر المزيد من وسائل الإعلام أصبحت توجه إلى مجموعة محددة من الأشخاص أما في عالم الانترنت فيمكن للجميع مشاهدة كل الأشياء التي يهتمون بها فان مستخدمي الانترنت قد يصلوا إلى معلومات قد تكون موجه لمنظمة مختلفة أو مجموعة مختلفة من الاشخاص أو حتى الى شخص آخر فزيادة الاهتمام ويتاح في الحال المزيد من الفهم للموضوع ، ويختار مستخدمي الانترنت المعلومات التي يرغبون في استقبالها كما أنهم يختارون من الذي سيستقبلون منه المعلومات ، و جمهور الانترنت سيحدد على الفور المشكلة التي تعاني منها إحدى المنظمات ، فقد تكون هذه المشكلة في موقع الويب الخاص بها أو في تعهداتها أو في الخدمات أو المنتجات التي تقدمها أو حتى في أسلوب العمل الذي تنتهجه .

الفصل الثاني : مقدمة عامة عن الانترنت

* **تيم برنارز لي** مخترع شبكة الويب العالمية التي يمكن الوصول إليها من خلال الشبكة وهي تمثيل للمعرفة البشرية ، كما انها عالم من المعلومات .

* **الانترنت** : هي مجموعة من التقنيات الحديثة وهي تشتمل على أكبر مصدر للمعلومات على الإطلاق ، وكل المعلومات والمعارف الجديدة التي ستكون متاحة على الانترنت .

* **يستخدم الانترنت** : عبر الكثير من أنظمة نقل المعلومات في الاتصال ، وهي تعتبر جزء مكمل للطباعة والراديو والتلفزيون .

* **لقد اتاحت الانترنت الكثير من قنوات الاتصال منها** : (البريد الالكتروني ، مواقع الويب ، الرسائل الفورية ، الدردشة ، قوائم المناقشة ، لوحات الإعلانات ، التلفزيون التفاعلي ، نظم المعلومات ، التصفح الموجود في السيارة) .

* **من أشكال الاتصال** : (البوابات ، المراكز التجارية ، المزادات على الشبكة) .

✂ **البريد الالكتروني** : يمكن أن تكون إمكانية الدخول من خلال الويب الى البريد الالكتروني من الأشياء المفيدة للغاية حيث لا يحتاج الى اصطحاب الكمبيوتر المحمول معهم في أي مكان فقط الى إمكانية الاتصال بالانترنت وكمبيوتر للوصول الى البريد الالكتروني من أي مكان في العالم .

✂ **شبكة الويب** : يمكن إدراج البريد الالكتروني وقوائم المناقشة في صفحات الويب ويمكن أيضاً تضمين إحدى صفحات الويب داخل صفحة أخرى .. وهكذا ، وموظف العلاقات العامة الذي يمكنه استخدام قوة صفحات الويب والعديد من بروتوكولات الانترنت من خلال فهم وإدراك كاملين لقدرات الانترنت ستتوفر لديه ميزات اتصال رائعة .

✂ **قوائم البريد على الانترنت** : يختلف اربال رسائل البريد الالكتروني من خلال القوائم الإختبارية عن الدعاية وعادة ما يرتبط بالبريد المباشر والبريد الجماعي ، وتعتبر من وسائل الاتصال التي يجب على موظف العلاقات العامة الاثام بها ، كما أنها ترتبط (أكثر بمجال التسويق) أكثر من ارتباطها بالعلاقات العامة .

✂ **الرسائل الفورية** : تختلف الرسائل الفورية عن البريد الالكتروني في أنك تتبادل الرسائل مع الشخص الآخر بنفس الوقت .

✂ **الدردشة** : يمكن لموظفي العلاقات العامة استغلال الدردشة في الحوار مع الجمهور وهو الأمر الذي يمكن أن يؤدي الى رد فعل ونتائج وتغيرات سريعة في الاتجاهات . (هناك بعض غرف الدردشة التي اثرت على اسعار الاسهم بشكل كبير)

✂ **النطاق متعدد الاستخدام** : هو بيئة افتراضية (يمكن) لأكثر من مستخدم الدخول إليها والتفاعل معاً في نفس الوقت ، وتستخدم في مجال الاتصالات على المستوى التجاري ، ومنها السرد الرقمي للقصاص ويمكن استخدامها في المنظمات لمساعدة الموظفين على تقديم تقاريرهم للشركة .

✂ **بروتوكول نقل الملف (FTP)** : طريقة شائعة لتوزيع الأفلام والصور ، وتحقق مميزات تسويقية خاصة .

✂ **المعلومات الجديدة** : تاريخياً .. كان مجال العلاقات العامة يسعى دائماً للوصول الى طريقة مرنة لإنشاء شكل معين لنشر المعلومات مثل (المؤتمرات ، اللقاءات الصحفية الرسمية وغير الرسمية ، والصحف الداخلية ...) ، وهذا يسمح باستخدام المعلومات بطريقة أكثر سهولة ، والآن هناك طريقة جديدة لتحقيق هذا الامر من خلال الويب حيث يزغ في الوقت الحاضر لغة جديدة تسمى (XML) يمكن من خلالها مجال النشر وادارة الأعمال والكثير من العمليات التجارية الأخرى أن تستخدم تنسيق مشترك للمعلومات ، وفي القريب العاجل سوف تصبح لغة (XML) مهمة للغاية للعاملين في حقل العلاقات العامة وستكون هناك حاجة ماسة لإتاحة المزيد من التفاصيل حول هذه اللغة لقطاع العلاقات العامة .

نهاية الفصل

الفصل الثالث : إكتساب الإحترام على الشبكة

← **أهمية الثقة :** في المؤتمر الثالث للإنترنت والمجتمع الذي يعقد كل عامين ، ألمح البروفيسور (KOLLOCK) الى الحاجة الى إنشاء تجمعات ومجتمعات تتخذ الثقة أساساً لها .

✓ إن العلاقات بين عمليات التبادل الحر للمعلومات في رؤية تجارية مفادها التالي :

عندما يقرر أحد الاشخاص الدخول في التعامل مع شخص آخر ، تكون سمعة الثاني هي مصدر المعلومات التي يمكن أن تنخفض من عدم التأكد وتقود عملية اتخاذ القرار منح هذا الشخص الثقة من عدمه .

✓ إلا ان المخاطر الفعلية أو العقوبات التي تنشأ عن إكتساب سمعة سوف تكون فعالة فقط إذا توفرت المعلومات بشكل دقيق وتم نشرها بالتساوي بين الافراد إذا لم يتحدث الاشخاص مع بعضهم البعض أو كانت المعلومات المتوفرة غير دقيقة أو يتم تبادلها بشكل غير صحيح أو كان يمكن للشخص أن يخفي هويته الحقيقية ، فإن النظم القائمة على السمعة سوف لن تكون من النظم الفعالة في ادارة المخاطر .

✓ وقام (Zhang) و (Whinston) بدراسة تأثير الثقة بتقنيات الأمن وذكروا بان هناك توازن بين تأمين المعلومات التي يتم نقلها وبين مقدار سمعة المنظمة والتي تتفاعل لبناء علاقات فعالة ، وجاء على لسانهم بأن بعض العقوبات الأساسية التي تعوق التجارة تشمل الأمان والجودة وعدم التأكد .

• ويعتبر الانترنت مصدراً هائلاً للخبرات والعلاقات عبر الشبكة تكون علاقات قوية جداً من الاشخاص اللذين لهم نفس الميول تقريباً .

• عندما يتم استخدام قوة الانترنت لبناء الثقة ، يتم تدعيم سمعة المنظمة وتكون قادرة على بناء شبكة من العلاقات القوية .

• الشركاء اللذين يكتسبون الثقة يكون بإمكانهم القيام بالكثير من الاشياء الجديدة مثل تغيير الاسعار وازدادة الخدمات وأداء العمليات بشكل أكثر انسيابية .

• وقد عبرت (Alison Clark) أفضل تعبير عن مبدأ الثقة بأن تنشأ الحرية التجارية من السمعة التي تقتضي بأن الشركة جديرة باكتساب الثقة من معرفة وخبرة ومعلومات وإقرار .

• من خلال الثقة يتم بناء سمعة وتوفير حرية تجارية للمنظمة .

• إذا انخفض مستوى الموقع الذي يروج له موظف العلاقات العامة بسبب أن مستوى الدعاية تسبب في ازدياد الحركة نحو الموقع بشكل لم تستطيع المنظمة استيعابه ؛ فإن اللوم يقع على صاحب الموقع .

• لذلك يجب على مالك الموقع حماية سمعة عميله وحب على موظف العلاقات العامة بدراسة العميل جيداً ودراسة المنتج الخاص بالعمل فهذه الأمور من الأشياء الأساسية للغاية في مجال العلاقات العامة .

✍ بعض النصائح الخاصة بالأمان :

تسبب أحد البنوك في إنجلترا في زعزعة ثقة العملاء في الخدمة المصرفية التي تقدم عبر الشبكة من خلال ثلاث حوادث تعرض لها البنك :

▪ أولاً : كان نظام البنك يسمح للعملاء بالإطلاع على حسابات العملاء الآخرين .

▪ ثانياً : دخل أحد المستخدمين عن طريق الصدفة إلى الموارد الخاصة بالعمل الذي يليه .

▪ ثالثاً : فشل نظام البنك على الشبكة في اجتياز احد اختبارات الامان عندما قام العملاء بتسجيل من حساباتهم ثم بالنقر فوق زر الرجوع في برنامج التصفح وجدوا انفسهم يدخلون مرة اخرى الى حساباتهم .

الفصل الخامس : تقييم الوسائل المستخدمة على الانترنت

- ✓ يجب ان تتعرف اولاً على الاشخاص والمنظمات قبل ان تقييم علاقات معهم وينطبق هذا تماماً على الانترنت .
- ✓ قد تطمح في اكتساب اصدقاء وإنشاء علاقات تجارية متبادلة او ازالة أي سوء فهم موجود ولكنك لن تحقق اية مميزات حتى تتعرف على الطرف الاخر الذي ترغب في انشاء علاقة معه .
- ✓ يأتي مستخدمو الانترنت من جميع الثقافات وجميع الاشكال والجنسيات والآراء .
- ✓ كل موقع على الشبكة فريد في ذاته ، فمواقع الويب تختلف في الشكل والمضمون والية التصفح كما انها تتباين فيما تعرضه .
- ✓ المجموعات الاخبارية تم تشكيلها وفق الشخصيات وهذا يعني ان كل مجموعة اخبارية هناك شخصيات ومشاركين كل منهم له ما يميزه عن غيره .

✂ مواقع الويب : تتكون عملية تقييم موقع الويب من خمسة عناصر اساسية وهي :

- ١ - جمع المعلومات حول الموقع / ٢ - محتوى الموقع / ٣ - امكانية الوصول للموقع / ٤ - جمهور الموقع / ٥ - العلاقات التي يتمتع بها (التعاطف)
- لاجراء عملية التقييم الخاصة بك (يمكن استخدام قائمة اختبار ودرجات تقييم من ١٠ درجات)

✂ المعلومات الاساسية حول الموقع : عند التعرف على موقع معين هناك بعض الاسئلة التي تطرح نفسها تلقائياً مثل :

- مالِك الموقع وهل يمكن الاتصال به ؟..
- من هو مزود خدمة الانترنت والمضيف الخاص بالموقع ؟..
- عدد صفحات الموقع ؟..
- جودة بناء الموقع المخطط والتصميم ؟..
- ما مدى كفاءة القائمين على الموقع ؟..
- ما عمر الموقع ؟..
- هل المساهمات عن طريق البريد الالكتروني ام المناقشات ام اسهامات طرف اخر ؟..
- الهجاء والارتباطات غير الكاملة والمحتوى الضمني والعلاقة باليات البحث ؟..

✂ المحتوى :

- بعض المواقع بها محتوى يمكن ان يكون مرحا او خطراً .
- هناك بعض المنظمات التي تتباطأ في تحديث محتويات المواقع الخاص بها .
- بعض المواقع تكون لمجرد التعبير عن الذات .
- بعض المواقع لها اهداف محددة للغاية وتتنوع مابين البيع والشراء والعرض والمزادات والمعلومات والإعلانات والترفيه والمعرفة والدراسات الاكاديمية والنقد والحوار .
- تتناول المواقع موضوعات مختلفة ويكون لها توجهات مختلفة .
- من الشائع ان نرى المحتوى والموضوعات والشعارات وحقوق الملكية والصور والأصوات والفيديو الخاصة بطرف اخر .
- كثير من المواقع تعتبر مواقع سيئة للغاية .
- بعض المواقع تحتوي على معلومات غير دقيقة وغير كاملة .
- بعض المواقع تعتبر واجهة لمنظمة اخرى وبعضها يحتوي على روابط مرحة لبرامج تابعة لشركاء افتراضيين اخرين .

الفصل السادس : توفير المصادر لمستخدمي الانترنت

إذا كنت تستخدم الانترنت بالفعل ، فسيكون لديك الآن مجموعة من مواقع الويب والمصادر الشيقية والمهمة والمفيدة. يجب ان يكون لديك مصدر على شبكة ، كما يجب ان تقوم بالبحث للعثور عليه عن طريق التفكير في المصادر على الشبكة بطريقة استراتيجية ، يمكن ان تحول الاستثمار في العثور على مصادر على الانترنت الى استثمار على مستوى المنظمة من اجل مصلحة الجميع ، وهذا يعني ان بإمكانك تحويل احدى الضروريات الى منفعة ايجابية كبيرة للعلاقات العامة .

الخطوات الاولى في توفير المصادر على الانترنت :

يعتبر افضل مكان للبدء في تنمية المصادر على الانترنت هو : استخدامك لإمكانية الاشارة المرجعية الموجودة في برنامج تصفح الويب الذي تستخدمه .

بعد ذلك : يمكن ان يتم تحويل هذه المعلومات الى برنامج اكثر قوة ، ولكن تحتاج الى العثور فقط على البداية .

هيكل العلاقات العامة النموذجي يحتوي على مجلدات توفر روابط سريعة للعملاء او المنظمات او المعلومات ذات الصلة - آليات البحث المختلفة والمفضلة - مصادر المعلومات ومواقع الممارسة والمناقشة المحترفة .

هناك ثلاثة اوجه لبناء المصادر الخاصة بالمنظمة على الانترنت :

- 1) بإمكانك اضافة اسهامات متميزة ومراجع لطرف اخر وتنمية سمعة المنظمة كسلطة جديرة بالثقة من خلال استخدام الطبيعة المتداخلة للانترنت ، وهذا يعني انه بإمكانك اضافة المزيد من المعلومات يمكن لأشخاص استخدامها وإنشاء تواجد على الشبكة يكتسب الاحترام والثقة ويجعل الصفحات الخاصة بالمنظمة على الشبكة جديرة بالزيارة مرة اخرى .
- 2) بإمكانك انشاء مصدر فعال يمكن الاعتماد عليه للأعضاء الداخليين في الشركة يمكنهم الوصول اليه من خلال الانترنت او احدى الوسائل الاخرى . بل ويمكنك مشاركة هذا مع الاعضاء الاخرين على الشبكات الخارجية .
- 3) واخيراً ، فإن النتيجة المنطقية انه لكي تتطور العلاقات العامة يجب عليها ان توفر مصادر جيدة وفعالة وان تشمل على ادارة مشتركة للمعرفة .

قوائم الارتباطات :

ان قائمة الارتباطات الخاصة بالمؤسسة لها فائدتين :

1) انها مصدر يمكن للمنظمة بأكملها استخدامه .

2) انها مصدر يمكن ان توفره للجماهير الخارجية على الانترنت .

يمكن للارتباطات ان توفر المساعدة لزائري موقع الويب أو ان توجه احد الصحفيين الى احد المصادر المتخصصة على الويب أو ان تساعد الموظفين في العثور على المصادر المناسبة على الانترنت .

هناك الكثير من الاوقات التي ترغب فيها المنظمة في انشاء ارتباطات الى مواقع اخرى .

عندما تقوم باضافة ارتباطات الى موقع الويب الخاص بالمنظمة او الى البريد الالكتروني او الى رسالة فورية ، فانك تتحمل مجموعة من المسؤوليات ، ويجب ان تضع سياسة محددة تنظم عملية الادراج ، والالتزام بمعايير من شأنها ان تحمي وتعزز من سمعة المنظمة سوف يعني ان تتحمل مسئولية المصدر او المرجع الذي توجه المستخدم اليه .

من الامور المهمة للغاية ان تكون قادرا على اضافة ارتباطات الى معلومات مفيدة في البيانات الصحفية ومجموعات المصادر التي تنصح بها الصحفيين .

✍️ والدليل المقترح هنا سوف يشتمل على مثل هذه المراجع ، كما يمكن ان يشتمل ايضاً على كل او بعض قوائم الجمهور الخارجي التي قام قسم العلاقات العامة بجمعها حيث انها توفر بعض الاساليب للوصول الى هذا الجمهور على الشبكة .
✍️ ويمكن ايضا استخدام هياكل الادلة لمساعدتك في انشاء مصادر كبيرة الحجم مرتفعة الجودة على الشبكة الداخلية للمنظمة ، ولان جزء من الهدف الذي تسعى اليه هو توفير افضل المعلومات فقط المتاحة عالميا ، فان مثل هذه المصادر الداخلية تحتاج الى ان تتم ادارتها بشكل جيد مع المراقبة الدقيقة لكيفية استخدامها وذلك لتحديد المعلومات الاكثر قيمة (والأكثر شيوعاً) لجميع العاملين الاخرين في المنظمة .

✂️ إنشاء الإرتباطات ونصوص الاحالة :

✍️ احدى الطرق التي يكتسب بها احد المواقع او احدى المجموعات الاخبارية شهرة تكون من خلال الارتباطات من مواقع الاحالة .

✍️ هذه الارتباطات تشير ضمناً الى ان الموقع الخاص بالمنظمة يستحق الزيارة وانه يتميز بمميزات خاصة تتعلق بجمهور الانترنت ، ويعتبر هذا من نقاط القوة على الانترنت إلا ان له في نفس الوقت بعض المخاطر المحتملة .

✍️ شيوع الارتباط له فائدة أخرى : وهي ان العديد من آليات البحث تستخدمه للمساعدة في ترتيب المواقع من اجل الباحثين .

✍️ إنشاء ارتباطات في العديد من المواقع الاخرى الى الموقع الخاص بالمنظمة ، يساعد في تحسين ترتيب الموقع بين المواقع الاخرى .

✍️ يشتمل شيوع الرابط وتحليله على بعض العوامل مثل انتشار الموقع وهو عدد المواقع التي بها رابط لهذا الموقع وجودة الرابط .

✍️ وجود رابط للموقع على (Yahoo) مثلاً يمنح الموقع تقديراً أعلى من موقع له رابط على موقع اقل في الحجم او القيمة ، بالإضافة الى عدد الصفحات التي تخلو من أي روابط اليها .

✍️ الارتباط المتعلق بالموضوع : وهي مواقع تركز على نفس الموضوع وتكون مرتبطة ببعضها .

✍️ ومن وجهة النظر الدعائية او التسويقية ، تعني شهرة الرابط وشيوعه انه يجب عليك التأكد من ان الموقع مرتبط بالبيانات المعلوماتية وفق الموضوع والبيانات البحث والأدلة مع تبادل الارتباطات مع المواقع الاخرى التي تتناول نفس المحتوى الذي يتناوله الموقع الخاص به .

✂️ اختيار الارتباطات :

🔴 يجب الحذر اثناء التعامل مع الارتباطات فهناك بعض المواقع والمراجع التي قد تشعر بأنها غير مناسبة للمنظمة ، ولذا يجب ان تطلب من مالك الموقع ان يقوم بإزالة الارتباط الى موقع المنظمة من على موقعه .

🔴 عندما توفر خدمات احالة جيدة ، يمكن ان يبدأ الموقع في اتخاذ شكل البوابة المعلوماتية وسوف يدفع الزائرين الى استخدامه على انه نقطة انطلاق الى مواقع او وسائل اخرى على الانترنت او الى تصفح الموقع الخاص بالمنظمة اذا كان المحتوى غني ، في كلتا الحالتين ، سوف تفوز بتعزيز المظهر العام للمنظمة .

🔴 وفي عملية الاختيار ، سوف يؤثر نطاق الخدمة على اول القرارات التي يتم اتخاذها بشأن جودة المصادر التي تستخدمها ، فالمصادر التي لا تقع في نطاق الخدمة سوف يتم رفضها وقبول تلك التي تقع في نطاق الخدمة واخضاعها لباقي اجراءات عملية الاختيار ، وتقديمتها في ضوء معايير الجودة الاخرى .

🔴 ومن الاهداف الحيوية اختيار الموضوعات التي تناسب فقط جمهور الانترنت الذي تستهدفه (داخل او خارج المنظمة) قد يكون من الصعب الحفاظ على هذا الامر بسبب طبيعة اتاحة المعلومات وتسربها في بيئة الانترنت .

الفصل السابع : العثور على الشركاء وتعزيز إمكانية الوصول

✘ هؤلاء الشركاء يمكن ان يكونوا مواقع الاخبار التي تشبه الى حد كبير نسخة على الشبكة من الصحف المطبوعة خارج الشبكة ، هناك ايضا الاعلام على الشبكة الذي ليس له مثيل خارج الشبكة مثل المجالات الالكترونية وهناك بعض المطبوعات التي لها مقابل على الشبكة إلا ان هذا المماثل قد يحتوي على معلومات وأخبار تكون غير موجودة في النظر المطبوع خارج الشبكة كما انه يعرض اخر الاخبار وفي وقت حدوثها على الشبكة .

✘ بالإضافة الى ذلك ، هناك بعض المنظمات التي ترغب في اضافة الاخبار لإضفاء المزيد من المتعة على مواقع الويب الخاصة بها .

✘ وفي بعض الحالات يرحب بعض الشركاء التجاريين مثل تجار التجزئة والموزعين والوكلاء وشركاء المعلومات على الشبكة بإضافة محتوى الى شبكاتهم الداخلية او مواقع الويب الخاصة بهم او نقاط البيع ، بعض الموزعين يعرضون بعض الموضوعات التي تنشر على الانترنت في نفس اللحظة في مواقع البيع الخاصة بهم .

✘ وهناك مجموعة اخرى من مواقع الويب المهمة يجب على العاملين في العلاقات العامة ان يضعوها في الاعتبار ، وهي بعض المواقع المهمة التي تقوم بإضافة المحتوى الى مواقعها او الى شبكاتهم الداخلية او الخارجية لزيادة خبرات ومعارف جمهورها .

✘ كل هذه المواقع سوف ترحب بالمحتوى الثري الذي توفره لتدرجه على مواقعها ، وهم يسعون الى التقارب مع وجودك على الشبكة .

✘ وهناك عملية متبعة لتحديد هذه المواقع التي تتيح لك انشاء القائمة الخاصة بك من المصادر على الشبكة وتفاصيل الاتصال المرتبطة بهذه المصادر ، عند انشاء مثل هذه القائمة ، من الافضل دائما ان تضع المعلومات الموجودة على الشبكة في قاعدة بيانات يمكن البحث من خلالها . وهناك برنامج كمبيوتر لإدارة مصادر المعلومات تم تصميمه خصيصا للعاملين في العلاقات العامة ، وهو مفيد للغاية ويمكن ان يوفر الكثير من الوقت اللازم لوضع القوائم والحفاظ على المعلومات حديثة على الدوام .

✂ العثور على المواقع :

◎ هناك الكثير من الطرق للعثور على المواقع ذات الصلة ، آليات البحث وصفحات العرض من اوضح هذه الطرق ، ولكن المراقبة ايضا تكشف عن بعض المواقع الجديدة على الانترنت ، من الوسائل الاخرى لتحديد المواقع استخدام برامج الكمبيوتر الخاصة بالمراجعة والتي سوف توضح من الذي قام بإنشاء روابط الى الموقع الخاص بك ، هناك ايضا القوائم التي يمكن شراؤها والتي تتناول جميع الموضوعات تقريبا ، كما ان هناك مزودي قوائم الاعلام الذين يمكنهم مساعدتك ، تذكر ان هناك وسائل اخرى على الانترنت سوف تمثل اهمية كبيرة بالنسبة لك مثل مواقع المجموعات الاخبارية ومواقع الدردشة .

◎ وكثير من الشركات لديها وسائلها الخاصة في انشاء قوائم بالمواقع التي تحتاج الى الاتصال بها ، ويعني اقامة علاقات مع الوسائل الاخرى على الشبكة انه يجب على موظف العلاقات العامة ان يتبع الاجراءات العامة لتقييم المواقع ، لأنك لا ترغب في الارتباط بشريك مثير للريبة ، بالإضافة الى ذلك ، قد تكون هناك بعض المعلومات التي تحتاج اليها **مثل :**

✓ مصدر المعلومات .

✓ كيف تنتقل المعلومات بين المصادر على الشبكة وخارجها .

✓ دورة الاخبار وتحديث الموقع .

✓ مصادر المعلومات الاساسية في كل موقع .

🔗 الوسائل المختلفة لتسليم المعلومات :

🌟 تحتاج الى وسيلة الكترونية لتسليم المعلومات ، حيث ان الويب بخلاف أي وسيلة اعلامية اخرى .

🌟 تحتاج الى وسائل اتصال الكترونية ، وسوف تشمل هذه الوسائل على البريد الالكتروني وصفحات الويب والارتباطات والصور الرقمية والرموز والبرامج والوسائل الاخرى اللازمة لإقامة العلاقة .

✓ وننصح بما يلي :

١. استخدام وسيلة الاتصال التي تفضلها ، تزداد فرصتك في التأثير على المحتوى وعلى التغطية لهذا المحتوى .
٢. حدد ما اذا كان الموقع به محتوى ام يمثل مصدرا للمعلومات لمواقع اخرى .
٣. ابحث عن خيارات الارشفة التي يمكن ان تزيد من تأثير مجهوداتك في العلاقات العامة .
٤. كن مستعدا لتوفير محتوى غني .
٥. قد ترغب بعض المواقع الاخرى في معلومات مختلفة ، بيانات او معلومات مباشرة او حتى بث فيديو مباشر ، بالإضافة الى امكانيات تفاعلية او صوتية ، كن مستعدا لتوفير المعلومات بشكل جاهز في صورتها النهائية .

🔗 البحث عن الجمهور على الانترنت :

👉 إن موظف العلاقات العامة الناجح سوف يرغب في خلق التعاطف والجذب المتبادل بين المنظمة وجمهورها النشط الواعي ، والهدف هو الحفاظ على العلاقات مع الجماهير نشطة ومتجددة وجذب الاشخاص الذين يعرفون المنظمة ومخاطبة اهتمامات الاشخاص الذين لا يعرفون المنظمة حتى الان .

🔗 الجمهور الذي توجهه قضايا معينة :

👉 إن الاشخاص المهتمين بمنظمة معينة يكون لديهم جداول اعمال متضاربة في العادة تتضح للغاية عند تحليل اهتمامات ومصالح مستخدمي الانترنت .

👉 وان لم تستطع تقسيم الاشخاص الى مجموعات تسويقية واضحة ، فسيكون من الصعب للغاية تحديد اهتماماتهم .
👉 وينظر القائم على عملية التسوق للشخص على انه عميل محتمل ، والعميل المحتمل يعرف فقط انه يواجه مشكلة ، ويعاني المستهلكين من عدد كبير من التساؤلات التي تجول بخاطرهم .
👉 لذلك يجب على موظف العلاقات العامة ان يحدد الكيفية التي سيتعامل بها مع هذا الجمهور الذي توجهه قضايا معينة .

🔗 حيث توجد القضايا يوجد الجمهور :

🌟 تظهر قضايا الجمهور في كثير من انواع الوسائل المتوافرة على الانترنت ، كثير من هذه الوسائل قد تعالج بعض القضايا ، وقد تختلف القضايا بشكل كبير من نوع الى نوع اخر من انواع هذه الوسائل ، وهذا يعني ان العرض سيشتمل

على : ✓ النسخة الموجودة على الشبكة من المواقع الاعلامية . ✓ مواقع الويب الخاصة بالمنافسين والشركاء في المعلومات والبائعين وغيرهم .

✓ بائعي التجزئة ومواقع البيع الاخرى . ✓ مواقع الويب الشخصية . ✓ المواقع الاكاديمية والعامة والمواقع الخاصة بالحكومة .

✓ مواقع المنظمات غير الحكومية والمواقع الخاصة بالمستهلكين . ✓ المجموعات الاخبارية ولوحات الاعلانات . ✓ المواقع والمصادر الاخرى التي قد تظهر .

🌟 إن تحديد القضايا التي تحتل الاولوية في تفكير الجمهور على الانترنت يتضمن معرفة متى يتم ذكر المنظمة او الموضوعات المرتبطة بأنشطة المنظمة .

🌟 وعندما يقوم موظف العلاقات العامة باجراء مثل هذا البحث ، فإنه سوف يحصل على المعلومات المتعلقة بالموقع الذي يتضح فيه القطاع الخاص بالمنظمة عبر الانترنت وجدول اعمال جمهور الانترنت بالنسبة لكل وسيلة من الوسائل .

🔗 التيسير على الجمهور على الشبكة :

• هناك عشر خطوات لجذب الجمهور وهي :

- (١) تحديد القضية او الموضوع وثيق الصلة بين المنظمة والجمهور .
- (٢) تحديد الجماهير النشطة والواعية والكامنة والجماهير غير المهتمة .
- (٣) تحديد شكل الوجود المناسب على الانترنت سواء كان من خلال تقديم المحتوى او التصفح او الوساطة وذلك عن طريق تقييم سبب الحاجة الى وجود موقع ويب .
- (٤) تحديد الوسائل المناسبة او الاستجابة الى احتياجات الزائرين والجماهير المهتمة .
- (٥) وفر امكانية الوصول الى المعلومات والمعرفة من داخل المنظمة وإدراجها على موقع الويب او أية وسيلة اخرى من وسائل التواجد على الانترنت للوفاء بالاحتياجات الخاصة بالجماهير ذات الصلة .
- (٦) اعمل على وضع مبدأ خلاق واطرح السؤال التالي هل احتاج الى تناول القضايا المختلفة من خلال صفحات اساسية مختلفة او تفاعل مختلف مع الجماهير المختلفة .
- (٧) حاول الحصول على ادوات التعامل مع الانترنت وتنمية المهارات والخبرات لتطوير المحتوى والتأثير على قنوات الاتصال ذات الصلة .
- (٨) قم بتقديم المبدأ او الخطة الخاصة بالتأثير على السمعة والذي ينشأ عن :
 - الانكشاف المترتب للمعلومات (تسرب المعلومات خارج المنظمة)
 - الاتاحة الناتجة للمعلومات (المعلومات التي يتم اتاحتها بشكل مخطط عن المنظمة)
 - انتقال المعلومات من شخص لشخص .
- (٩) تقييم العائد على راس المال .
- (١٠) تتبع الحل واختبره لتضمن عدم وجود اخطاء في النظام او تأثيرات اخرى مضادة على سمعة المنظمة وعلاقتها .

🔗 تنفيذ البرامج :

- ♦ ستقوم بالطبع بمراقبة النتائج والحصول على التقارير والتقييم مثل : (هدف تم تحقيقه او خدمة افضل بتكلفة او مجهود اقل او لعدد اكبر من الجماهير) .
- ♦ إن تطور مثل هذه العملية سوف يحدد الموضوعات والقضايا ووسيلة الاستجابة والوسيلة التي يمكن بها اشراك جمهور الانترنت بالطريقة التي يرغب هو فيها .

🔗 المعجبين والمشجعين :

- ♦ كثير من المنظمات لديها مشجعين هواة ، كما ان الكثير من الاشخاص معجبين ، وهؤلاء هم الاشخاص الذين يجمعون التذكريات والذكريات والأخبار والشائعات والمعلومات الاخرى عن المنظمات والأشخاص المشهورين .
- ♦ والموقع او المكان الخاص بالمشجع على الانترنت والذي عادة ما يتم تمويله وإدارته بواسطة افراد ، ويمكن ان يكون له الكثير من الزائرين قد يصل عددهم الى ملايين .
- ♦ وقد يكون للمنظمة موقع واحد على الويب ولكنها قد يكون لديها العشرات بل والمئات من موقع المشجعين والمعجبين ، وفي الغالب سيعمل المجال المختلط الذي يقدمونه الى جذب عدد من جمهور الانترنت يفوق اضعاف العدد الذي يجذبه موقع المنظمة .
- ♦ ومن سمات هذه المواقع انها غالباً ما تستخدم الملكيات الفكرية من موقع المنظمة لتوفير المعلومات (مثل : توفير عنوان البريد الالكتروني للمدير التنفيذي) ويمكن ان تكون عاطفية للغاية فيما يتعلق بالأحداث التي تؤثر على المنظمة . وقد

تسيء هذه المواقع تمثيل المنظمة وحتى اختراع بعض الحقائق التي لم يحدث مما قد يؤدي الى حدوث بعض المشكلات الصعبة التي يجب على موظف العلاقات العامة التعامل معها .

♦ **إقامة علاقة مثل هؤلاء المتحمسين تكون ضرورية للغاية ولا يمكن تجاهلها في وقت من الاوقات ، ومن الافضل التفكير مبكرا في الشكل الذي ستأخذه هذه العلاقات ومن الموضوعات المهمة التي تقع في دائرة اختصاص العلاقات العامة البحث عن الاجراءات التي يجب اتخاذها في هذه الحالة .**

♦ **هذه المواقع اقامت تحالفا من جانب واحد مع المنظمة التي تعمل بها وسوف ترغب في دراستها عن قرب من اجل اقامة علاقات فعالة (ومفيدة تجاريا) كل موقع هو موقع فردي ويجب ان تتعامل معه على انه فرصة جيدة .**

& الرعاية :

تعمل الرعاية على الانترنت في العديد من الاتجاهات ، وعلى العديد من المستويات ومن خلال العديد من الطرق ، قد تعرض المنظمة عدد من المهارات والمعلومات وحقوق الملكية ومصادر الانترنت (مثل استضافة الموقع) والشعارات الخاصة بالمنظمة وحتى المساعدة المادية لوسيلة اخرى من وسائل التواجد على الانترنت ، وتوفير هذه التسهيلات سوف يستغرق وقت ويكلف بعض الاموال مثله في ذلك مثل كل انواع الرعاية ، إلا ان احد مميزات الرعاية على الانترنت هو ان كثير من الانشطة يمكن اجراؤها بشكل آلي وبالتالي نقل التكلفة بالنسبة للعائد .
وهناك شكل من اشكال الرعاية يظهر بشكل كبير على الانترنت ولكنه في الواقع عبارة عن مجرد اعلان عن شعار الشركة ، وفي هذا الشكل من الرعاية يقوم صاحب الموقع بوضع اعلان لشعار الشركة على صفحة الويب ويشجع الزائرين على النقر فوق هذا العنوان ، وبالتالي ينتقل الزائر الى موقع المنظمة او الشركة المعلنة .

& مهارات الانترنت :

كثير من المنظمات التي تستهدف الجمهور ترغب في ان لديها موقع على الويب . وفي كثير من الاحيان يكون هناك افتقار للمهارات وهو الامر الذي يوفر للمنظمة الفرص لسد الفجوة في المهارة وفي نفس الوقت المساعدة في تعليم اساليب الانترنت للهواة المتحمسين من اصحاب المشروعات الصغيرة .
مثل هذه المهارات يمكن ان تمتد الى توفير التوجيه الخاص بالحماية والتأمين وتنفيذ هذه التوجيهات ، ووضع اجراءات توفير مكتب الدعم مثل ادارة العضوية على الشبكة بل توفير خدمة تحويلات البطاقات الائتمانية ، والقدرة على توفير مثل هذه المساعدة لطرف اخر يعد امتدادا للبرنامج الاجتماعي للشركة .

& التسهيلات والمصادر على الانترنت :

كثير من البوابات المعلوماتية ومزودي الخدمات التجارية على الانترنت توفر بالفعل بعض التسهيلات مثل البريد الالكتروني والاستضافة المجانية للموقع ، يمكن للمنظمات ان توفر تسهيلات مماثلة ولكنها يمكن ان تضيف اليها الكثير ، هناك بعض الفرص البسيطة غير المكلفة مثل حجز اسم النطاق وإمكانية الاتصال بوصلات سريعة بالإضافة الى استضافة الموقع وخدمات الحماية وإمكانية التجارة .

& حقوق الملكية الفكرية :

قد تكون المنظمة قادرة على تقديم المساعدة من خلال توفير المصادر الفكرية مثلا شركة : [\(Warner Brothers \)](#) تقدم خدمات الاستضافة للمواقع كما توفر ايضا لقطات من الافلام يمكن للمتحمسين للشركة اضافتها الى مواقعهم بدون مقابل .

الفصل التاسع : الوصول الى الجمهور الموجود داخل المنظمة

- معظم المنظمات قامت بإنشاء إنترنت داخل المنظمة أو استخدام إحدى الشبكات المحلية (LAN) كأداة من أدوات إتاحة المعلومات على شبكة الانترنت والمساعدة في تطوير العلاقات بين الموظفين ، وكثير من المنظمات اكتشفت عدم تحقيق أي عائد من هذا الاستثمار .
- الإنترنت الخاصة بالشركات لا تعكس الأخلاقيات الموجودة على موقع الويب الخارجي للشركة .
- تكمن نظرية الانترنت في أنها تسمح لكل موظف بالحصول على نفس القدر من المعرفة المتاحة لجميع الموظفين الآخرين بمنتهى السهولة .
- يمكن للموظف الوصول إلى احد الأبحاث ، مثلاً أو بعض المعلومات الأساسية ، أو إحدى دراسات الحالة ، أو الوصول إلى ملفه الشخصي ، أو معدل المرتبات ، أو الإجازات المستحق أو غيرها من الأشياء الأخرى الخاصة بالمنظمة .
- معظم المديرين لا يدركون كمية المعلومات المتاحة أمام الجمهور العام وأن المنظمة مكشوفة تماماً لدرجة قد تصل إلى حد الحرج مما هو متاح . فان طبيعة الانترنت تؤدي إلى تضييق هذه المعلومات الناقصة .
- من الأفضل أن تكون هناك القليل من أنظمة الحماية المهمة وأن تسود بيئة يؤمن فيها الموظفون بأهمية هذه النظم بدلا من بيئة يقوم فيها الموظفون بإفساد النظام .
- إن القواعد الخاصة بإمكانية التصفح السهل من الاعتبارات الضرورية هنا ويجب أن تعكس هذه القواعد قواعد التصفح المتاحة لزائري موقع الويب والموردين والشركاء الفعليين ، كما يجب أن تكون عاملاً مساعداً لاستخدام التكنولوجيا ولبينة العمل في عالم المعلومات .
- يجب أن يكون جميع الموظفين قادرين على إنشاء صفحاتهم الخاصة ، كما يجب أن يكونوا قادرين على توصيف وإعادة توصيف الصفحات من أجل الأغراض الشخصية.
- القاعدة هي : يجب على الموظفين إضافة بيانات بسبب وجود أهمية جوهرية لدى الموظفين كما يجب أن يسود شعورهم بتقديرهم لذاتهم .

تحتاج الإنترنت لكي تكون ممتعة وكاملة أن تخضع للقواعد الأساسية التالية :

- 1- أن تكون آمنة ، بحيث يمكن للموظفين استخدامها بثقة .
- 2- أن تكون جديرة بالثقة ، بحيث لا يشعر الموظفون بأي تهديد من استخدامها .
- 3- أن تكون مناسبة ، بحيث تساعد في تعزيز العمل .
- 4- أن تكون خاصة ، وذلك حتى يمكن استخدامها للتفاعل الداخلي بين الأقسام .
- 5- أن تكون سريعة ، لتوفير الوقت ، والمساعدة في الوصول إلى المحتوى لزيادة الإنتاجية .
- 6- أن يتم تطويرها بانتظام بحيث تكون المعلومات المتوفرة هي أحدث المعلومات .

☑ هناك بعض أدوات المساعدة البسيط التي تضيف قيمة إلى الانترنت : احد القواميس ، ومسرّد للاختصارات ، ودفتر عناوين شخصي ، وآخر خاص بالمؤسسة ، وريد اليكتروني مدمج ، وقائمة بالأصدقاء ، ورسائل فورية ، وقوائم مناقشة وبرامج إدارة المشروع . ومن الأمور المساعدة أيضا الأمان الفعلي والمضامين الخاصة بالتعليم والتدريب والصحيفة الافتراضية الخاصة بالشركة والسوق الخاصة بالموظفين وأخبار الأقسام تعتبر جميعها جزء من الانترنت .

☑ يجب على الانترنت أن تخضع للقواعد التي يتم تطبيقها على موقع الويب . كما أن المحتوى يجب أن يكون كاملاً وثرياً ، كما أنه يجب أن ينتشر عبر المنظمة ، ويحتاج إلى تحديد الاحتياجات والاهتمامات الخاصة بالموظفين ، هذا بالإضافة إلى أنه يجب أن يستجيب إلى آمالهم . بجانب هذا يحتاج المحتوى إلى أن يكون مرحاً .

تحتوي الصفحة التالية على نهاية الفصل

الفصل العاشر : استخدام البريد الإلكتروني في الاتصالات

✓ يتميز البريد الإلكتروني بالتفضل وهناك شيء واحد سنكرهه جميعاً هو البريد الإلكتروني الجماعي غير المرغوب فيه .

☞ التسويق باستخدام البريد الإلكتروني :

يعتبر البريد الإلكتروني من الأمور الرائعة في إصدار المعلومات الخاصة بالشركة في شكل بيان صحفي مثلاً عند استخدامه بشكل فعال ، يكون التسويق عبر البريد الإلكتروني من الأشياء الحيدة للغاية ، وهو سيوفر طريقة شخصية للاتصال المباشر مع العميل .

🏠 الفوائد :

١. تتحه الحملات التسويقية عبر البريد الإلكتروني مباشرة مع العميل .
٢. ينقل الرسائل الصحيحة المحددة .
٣. يستجيب الأشخاص مباشرة إلى رسائل البريد الإلكتروني .
٤. يتطلب القليل من الجهد من جانبك ومن جانب المتلقي .
٥. رخيصة التكلفة .

✓ أثبتت الحملات الترويجية عبر رسائل البريد الإلكتروني الشخصية أنها صاحبة أعلى عائد على الاستثمار عند استخدامها بتعقل .

✓ يسمح البريد الإلكتروني للشركة أن توزع الرسائل بطرق مختلفة لتخصيص العديد من الرسائل لتناسب احتياجات المتلقين .

✓ يسمح البريد الإلكتروني بالتابعة الدقيقة للحملات بشكل واضح ومحدد تماماً من خلال معرفة من زار موقع الويب الخاص بالشركة وكم عدد الأشخاص الذين فتحوا الرسالة فقط وكم عدد الأشخاص الذين مروا الرسالة إلى الآخرين .

🏠 العيوب :

- البريد الإلكتروني الكبير الحجم الذي يرسل دون إذن المستخدم أو دون معرفته بما في داخل الرسالة يمكن أن يثير الريبة لدى المتلقي (خاصة عندما يكون هناك ملحقات للرسالة) .
- ✓ أيضاً من السهل للغاية أن يدمر هذا الأمر تماماً العلاقة مع المتلقي – وللأبد .

☞ العلاقات العامة عبر البريد الإلكتروني :

■ يتم استخدام البريد الإلكتروني اليوم في معظم عمليات تبادل المعلومات الشخصية والتجارية والإعلان والدعاية وعملية البيع الكاملة بالإضافة إلى توفير خدمة ودعم العملاء . وكل عملية اتصال تجارية تعتبر فرصة للمنظمة لتعزيز أو إضعاف علاقاتها وسمعتها .

■ ولذلك سوف تنعكس طبيعة علاقتك (وعلاقة المنظمة بأكملها) مع العميل في العلاقات عبر البريد الإلكتروني فالأسلوب في رسالة البريد سوف يعكس صورتك ، وأسلوب الاتصال سواء كان مؤدباً أو جاداً أو رسمياً أو جافاً أو عملياً أو خفيفاً وودوداً .

- وضع المعايير الخاصة بالمنظمة يقدم الكثير من العون .
- من السهل للغاية الانسياق وراء افتراض وجود علاقة ما ، أو أن تصبح ثرثاراً للغاية على أساس تبادل الكثير من الرسائل .
- البريد الإلكتروني هو شيء غير شخصي ويوفر الكثير من المعرفة عن الاحتياجات والآمال .

❧ الاستجابة لاتصالات الويب عبر البريد الإلكتروني :

- يعتبر انشاء موقع على الويب دعوة مفتوحة للجميع لإرسال بريد إلكتروني اليك وتؤدي سرعة الاستجابة الى انطباع هائل .
- سرعة الاستجابة تعتبر من الأشياء المؤثرة جدا طالما تم التفكير في الإجابة مليا .
- تعتبر سرعة الاستجابة موضوعا في حد ذاته .
- الإجابة الفورية التلقائية التي تصل الى الطرف الآخر وتخبره بأنه تم تلقي الرسالة الخاصة به (لا تعتبر) بالضرورة علامة ايجابية في أحيانا تفهم على انها حيلة التأخير أو ان الراسل ليس على درجة من الاهمية التي تستحق الاهتمام الشخصي ، لإستخدامها بفعالية يجب ان تقول هذه الرسالة الفورية (أنه تم استلام الرسالة ويتم الآن التعامل معها بشكل شخصي) .

❧ قوائم البريد على الانترنت :

- ◎ إن إرسال البريد الإلكتروني الى الأشخاص الذين يشتركون في دوريات بريدية منتظمة على الانترنت حول موضوع معين هو طريقة شائعة للتعرف بشكل دوري على الاهتمامات والبول المهنية الحديثة .
- ◎ كثير من منتجي برامج الكمبيوتر والبائعين الآخرين يستخدم هذه القوائم البريدية للبقاء على اتصال مع العملاء .
- ◎ تعتبر قائمة (e-groups) على عنوان (<http://groups.yahoo.com>) من أكثر القوائم شيوعا التي تسمح لموظفي العلاقات العامة بالاتصال بعدد من الخبراء والزعماء لتبادل المعلومات معهم حول الاهتمامات المهنية .
- ✓ هناك الآلاف من القوائم البريدية وكثير منها متاح للجمهور .
- ✓ تعتبر وحدة خدمة القائمة أداة ممتازة لمديري الإنتاج والمحاسبين التنفيذيين والخبراء .
- ✓ الأساس في استخدام وحدات خدمة القوائم هي أنها دائما مرتبطة وعناوينها وثيقة الصلة بالموضوع .

❧ البريد الإلكتروني الكبير غير المرغوب فيه ومخاطره :

- ✘ رسائل البريد الإلكتروني التي لها نفس المحتوى تقريبا والتي ترسل الى الكثير من المتلقين الذين لم يطلبوا إرسالها هي رسائل غير مرغوب فيها .
- ✘ هناك برامج تعمل على إرسال البريد الإلكتروني بشكل آلي ، حيث يمكنها إرسال الملايين من الرسائل في اليوم .
- ✘ يعتبر البريد الإلكتروني غير المرغوب فيه استغلال سمة البريد الإلكتروني للبريد وعلى الأسوأ تكون هذه العملية سرقة .
- ✘ يمكن أن يؤدي البريد غير المرغوب فيه وحده إلى أن يصبح نظام البريد الإلكتروني بأكمله غير ملائم للرسائل العادية .

❧ البريد الإلكتروني التجاري غير المرغوب فيه :

- ✓ يستخدم على نطاق واسع ويتم الخلط بينه وبين البريد الآخر إلا ان :
- البريد التجاري غير المرغوب فيه يجب أن يكون تجاريا في طبيعته ولكن لا يجب إرساله بأعداد كبيرة .
- أن إرسال رسالة واحدة تجارية غير مرغوب فيها يعتبر انتهاكا .
- إن الوقوع في مصيدة الإعلانات غير المرغوب فيها هو أمر شائع للغاية .
- تعتبر حماية البريد الإلكتروني إلى حد كبير مسألة خاصة بقواعد المؤسسة .
- يعد الاحتياط المعقول واليقظة الجماعية من أهم الوسائل الفعالة لكي يصبح الانترنت آمنا ومحما .
- الأشخاص وليست التكنولوجيا هم من يستطيعون توفير أفضل أشكال الحماية على الانترنت .

الفصل الحادي عشر : المجموعات الاخبارية

✂ افضل التوصيات التي يمكن ان ننصح بها موظفي العلاقات العامة الذي يريدون ان يستخدموا او أن يصبحوا اعضاء نشطين في المجموعات الاخبارية هي البحث عن (www.Yahoo.com) على عنوان (www.Yahoo.com) في توفر مصدراً هائلاً .

✂ والمجموعات الاخبارية ، هي مجموعات المناقشة التي يمكنك فيها تبادل المعلومات والآراء مع اشخاص من جميع انحاء العالم ، يتم الوصول اليها من خلال برنامج لقراءة الاخبار او يمكنك استخدام برنامج سطح المكتب لقراءة الاخبار مثل : ([Internet Explorer](http://www.Yahoo.com) و [Netscape navigator](http://www.Yahoo.com)) وداخل كل مجموعة اخبارية سوف تجد عددا من المقالات حول موضوع معين وكثير من الموضوعات التي يتم مناقشتها ، وتسمح المجموعات الاخبارية على الشبكة لك بالرد على المقالات التي قرأتها ونشر (إرسال) في سطور قليلة ، مقالك الخاص حتى يقرؤه الآخرون .

✂ اخبارية جديدة :

✂ يتم تنظيم المجموعات الاخبارية وفق هياكل هرمية تبع الموضوع ، وتشير الحروف الاولى من اسم المجموعة الاخبارية الى الفئة الاساسية للموضوع ، اما الفئة الفرعية فيتم تمثيلها بعنوان فرعي .

✂ والقادمين الجدد الى المجموعات الاخبارية مطلوب منهم ان يتعلموا اصول التعامل على الشبكة كما يطلب من المستخدمين ايضا ان يتعرفوا على المجموعة الاخبارية اولا قبل ان يرسلوا المعلومات اليها .

✂ ويعتبر استخدام المجموعات الاخبارية كوسيلة لنشر الرسائل الخاصة بالمنظمة ليس بالعملية السهلة فكثير من المجموعات الاخبارية مرتبطة ببعضها البعض وترفض محاولات الغريباء تدخل في محادثاتهم ، مثل هذا الرفض يمكن ان يكون له مضاعفات عنيفة على سمعة المنظمة . وهناك بعض البرامج التي تسمح للمنظمات بإرسال المعلومات الاساسية مثل الاعلانية مباشرة الى المجموعات الاخبارية بشكل تلقائي .

✂ وهناك بعض البرامج التي تسمح للمنظمات بإرسال المعلومات الاساسية مثل الاعلانية مباشرة الى المجموعات الاخبارية .

✂ والمجموعات الاخبارية مدرجة (يمكن الوصول اليها) عن طريق مجموعة من مزودي المعلومات وإذا قررت ان تشارك في احدى المجموعات الاخبارية ، فمن الافضل اولا ان تقرأ مجموعة من المقالات الخاصة بالمجموعة الاخبارية على مدار عدة ايام او حتى اسابيع قبل ان تبدأ في ارسال المقالات الخاصة بك .

✂ انشاء المجموعة الاخبارية الخاصة بك :

✂ يمكنك انشاء مجموعة اخبارية خاصة عن طريق اتباع التعليمات الموجودة

على موقع :

<http://www.visi.com/-barr/alt-creation-guide.html>

وعلى موقع :

<http://www.faqs.org/faqs/usenet/creation-newsgroups/part1>

والجدير بالذكر ان كثير من القائمين على العلاقات العامة يتجاهلون استخدام المجموعات الاخبارية في الاتصالات ، وهذا غير مفيد بالمرة ، فالمجموعات الاخبارية ممتعة للغاية ويمكن ان تمثل قيمة كبيرة للمنظمة ، بالطبع ، هناك العديد من المواقع التي يتوافر بها قوائم المناقشة الخاصة ويمكن ان تكون تفاعلية للغاية ايضا .

الوصول الى المجموعات الاخبارية :

- ▲ احد اسرع الطرق التي يمكن استخدامها الشركة للظهور في المجموعات الاخبارية هي ان ترتكب الاخطاء .
- ▲ وتأثير المجموعات الاخبارية تأثير قوي سواء بالسلب او الايجاب وإدارة التواجد في المجموعات الاخبارية مهم للغاية لسمعة المديرين ، كما ان اتخاذ زمام المبادرة داخل المجموعة الاخبارية من الاشياء الممكنة بل والمرغوبة ، إلا ان تحتاج الى ان يتم تنفيذها في ضوء المعرفة الكاملة للعواقب المحتملة ، قد ينشأ بعض التضارب بين المسئول عن التسويق وسمعة المدير على استخدام المجموعات الاخبارية في الاهداف الترويجية ويحتاج الاتجاه الذي تسير فيه العلاقات العامة ان يكون مدروسا تماما .
- ▲ والوسائل المستخدمة في تحديد المجموعات الاخبارية او حتى عناوين البريد الالكتروني للسماح لك بإرسال المعلومات يجب ان تشمل على طلب في المجموعات الاخبارية تسأل فيه المستخدمين اذا كانوا يرغبون في ان ترسل اليهم الاخبار والموضوعات والمنتجات والتقارير المتصلة بنشاط المنظمة .
- ▲ وتذكر انه في المجموعات الاخبارية تماما كما هو الحال في البريد الالكتروني لا يجب عليك ان تتجاهل رفض المشتركين في تلقي هذه الاشياء .
- ▲ والمجموعة الاخبارية ليست مكانا للإعلانات بما في ذلك الوظائف الخالية والترويج للمؤسسة .
- ▲ والطبيعة المحددة للمجموعة الاخبارية تتمثل في انه يمكن رفض ومقاومة التدخل في الحوارات المتبادلة بين افرادها . وتوجد بعض المجموعات التي تسمح بالإعلان في الرسائل ، بعض المجموعات ترحب بممثلي الشركات والمنظمات الاخرى ، ولكن معظم المجموعات لا تفعل ذلك .
- ▲ والجدير بالذكر انه في المجموعات الاخبارية ، كما في اشكال الاتصال والدعاية الاخرى ، يجب ان تخضع للقواعد الاساسية التي تتمثل في معرفة العملاء وفهم احتياجاتهم .

بعض التوجيهات والتحذيرات :

- ✓ كن مهذبا . ✓ اذا كان هناك سوء فهم فقدم اعتذارك . ✓ لا تكن متسرعاً . ✓ اخضع للقيم السائدة .
- 👉 وهناك بعض الاشياء التي يجب ان تذكرها مثل الاشارة الى من ترد عليه ، وضح (بإختصار) او اقتبس بعض ما تعلق عليه ، وفيما يلي بعض التلميحات الاضافية ✍
- ① استخدام نظام الكتابة العادي ، مثل افصل بين الفقرات بسطر عادي .
- ② لا تخن الامانة ، من السهل للغاية اقتباس خطاب احد الاشخاص او احدى رسائل البريد الالكتروني وإرسالها الى المجموعة كلها
- ③ لا تذكر اشياء عن المنظمة قد يجب على المنظمة ان تلتزم بها إلا اذا كنت واثقا من معلوماتك وإمكانية المنظمة تماما .
- ④ لا تبعث بالرسالة مكتوبة كلها بحروف كبيرة ، فالحروف الكبيرة تماثل الصراخ على الشبكة ومن الصعب قراءتها .
- ⑤ استخدام الكوميديا والسخرية والتهكم والأمثال يمكن ان يكون خطرا في المجموعات الاخبارية ، فالمجموعات الاخبارية عالمية ومعظم هذه الرسائل لا تتم ترجمتها بشكل جيد ، بالإضافة الى ذلك من السهل جدا ان يساء فهم رسالتك .
- ⑥ هناك دائما مخاطرة في بدأ موضوع جديد ، فقد تكون المجموعة انتهت توا صراعا مريرا حول نفس هذا الموضوع . لا تتظاهر ابدا بأي شيء اخر خلاف حقيقتك .

اللغة المستخدمة في المجموعة الاخبارية :

- ✓ هناك الكثير من رسائل المجموعات الاخبارية التي تكون عبارة عن سطر مفرد طويل للغاية لا يمكن قراءته ، بدلا من استخدام الحروف الكبيرة ، حاول استخدام العلامات النجمية لإضافة * التركيز * متى احتجت الى ذلك وعند ارسال (URL) داخل احدى الرسائل استخدم قواعد الانترنت الكاملة ، مثال : (<http://www.netreputation.net>) قم بإغلاق اعدادات (HTML) .
- كثير من برامج البريد الالكتروني تقوم بإرسال الرسائل في شكل صفحة ويب بحيث يمكنك ادراج الروابط والأصوات والرسومات وغيرها .
- ✓ والقواعد التي تحكم قوائم المناقشة تبدو صارمة ، وهي كذلك بالفعل والسبب هو انها المكان الذي تنشأ فيه سمعة المنظمة وتتمو دون أي تدخل من مسئول العلاقات العامة .

الفصل نهاية الفصل

الفصل الخامس عشر : القواعد الصحيحة والقانونية

- ✓ ينطبق القانون على الشبكة تماماً كما ينطبق خارجها .
- ✓ يمكن حدوث بعض الصعوبات أو الغموض أثناء تطبيقه بسبب اختلاف الأنظمة القانونية واختلاف القوانين في الدول المختلفة .
- ✓ البراءة القانونية ليست واقية ضد المقاضاة طالما أن هناك عدد من الانحرافات القائمة .
- ✓ يحتاج القائمون على العلاقات العامة أن يحذروا من إنتهاك القانون وأن ينتبهوا الى الاطراف الاخرى التي تسيء الى المنظمة .
- ✓ يمكن ان تقع صحيفة محترمه في الخطاء مثل صحيفة (Sunday times)
- ✓ يقول البروفيسور (drucker) يحب على المنظمات أن تؤدي بحداثة الوظيفة الاجتماعية التي من أجلها تواجدهت .
- ✓ سوف تعمل الانترنت في غضون فترة معينة على فرض قوانين جديدة كثير منها وحقوق النشر سوف تكون مجموعة واحدة من القوانين التي ستحدث تعبيرات جذرية .
- ✓ على مسؤول العلاقات العامة أن يعرف ما هو القانوني وما هو غير القانوني في المناطق المختلفة والدول المختلفة .
- ✓ حتى الآن لا يعد القانون قاطعاً وواضحاً تماماً في الكثير من مواضع النشاط على الانترنت .
- ✓ الشخص الذي يتعرض للمسائلة القانونية يمكن أن يستخدم الحس العام وعند الضرورة يلجأ الى المحامين الدوليين .
- ✓ تعتبر الانترنت الى حد كبير ذاتية التوازن ، حيث يستخدمها أشخاص من جميع العالم يتميزون بالذكاء والالتزام القانون والاستقامة والود والأمانة .
- ✓ من بين الاشياء الاخرى التي يقوم بها هؤلاء المستخدمون أنه لا يتسامحون مع السلوك غير المتضرر ويستخدمون قوة الانترنت في تقويم هذه الانتهاكات .
- ✓ كمسؤول عن العلاقات العامة فإن أي انتهاك أو تحايل لما هو مقبول سوف يكون له جزاؤه .
- ✓ إذا كنت ترغب في تواجده طويل المدى على الانترنت يجب أن تعمل بإستقامة وبأمانة مع جمهور الانترنت .

حقوق النشر :

- ✓ حق النشر يعتبر فكرة حديثة نسبياً والاتفاقية الخاصة به حالياً لا تتماشى الى حد كبير مع الإنترنت .
- ✓ وتتميز القوانين المرتبطة بالانترنت بوجود العديد من التفسيرات الغريبة لها .
- ✓ المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية (WIPO) منظمة دولية ومقرها جنيف بسويسرا وهي واحدة من بين 16 وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة .

طبيعة حق النشر :

- ✓ حق النشر له سمات الأعمال الأدبية والفنية ويمكن التعبير عنه بالكلمات والرموز والموسيقى والصور والأشكال ثلاثية الأبعاد والكمبيوتر .
- ✓ القوانين المستخدمة لتنظيم حقوق النشر في دولة معينة لا يمكن استخدامها في حماية حقوق مواطنيها في دولة أخرى .
- ✓ تختلف حقوق النشر من دولة الى دولة ، إلا انه تم الاتفاق في عام (1886 م) في برن والاتحاد الدولي لحماية الأعمال الأدبية والفنية ولحماية المؤلفين وان القواعد الأساسية لحقوق النشر تنطبق على الأنشطة في الانترنت .
- ✓ لا بد من توفر مبدأ حق النشر والحماية المرتبطة به للملكية الفكرية وان يتم إدراجها في القانون من خلال السوابق القضائية .

